

**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OBJEK WISATA PULE PAYUNG PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI



disusun oleh

HARYONO

17.22.1949

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2019**



**PEMBUATAN VIDEO IKLAN OBJEK WISATA PULE PAYUNG PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh

HARYONO

17.22.1949

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2019**



PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PEMBUATAN VIDIO IKLAN OBJEK WISATA PULE PAYUNG PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Haryono

17.22.1949

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 03 Agustus 2019

Dosen Pembimbing,

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

PENGESAHAN
SKRIPSI
PEMBUATAN VIDIO IKLAN OBJEK WISATA PULE PAYUNG PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

HARYONO

17.22.1949

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom
NIK. 190302215

Arifivanto Hadinegoro, S.Kom, MT
NIK. 190302289

Hartatik, S.T., M.CS.
NIK. 190302232

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 21 Agustus 2019

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si. M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 21 Agustus 2019



NIM. 17.22.1949

MOTTO

“ Belajar tanpa berpikir itu tidaklah berguna, Tapi berpikir tanpa belajar itu
sangatlah berbahaya.”

-Haryono

“ Never stop learning because life never stop teaching.”

-Haryono

“ Visi tanpa eksekusi adalah halusinasi.”

-Henry Ford

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam, kupersembahkan karyaku ini untuk orang-orang yang kusayangi dan tak lupa ucapan terima kasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan dan kelancaran dari awal hingga saat ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini.
3. Seluruh keluarga besar saya yang memberi doa, dukungan, dan semangat.
4. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom yang telah memberikan bimbingannya selama ini.
5. Bapak Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, MT, ibu Hartatik, S.T., M.Cs, yang telah menjadi dosen penguji dan member banyak masukan kepada saya, semoga kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.
6. Bapak Eko Purwanto selaku Marketing & Management yang telah memberikan izin untuk penelitian penulis.
7. Andita Amirul Akbar, Handri Harianto, Bilson Istu Nugroho, Adnan Yunan yang telah membantu dalam project ini sehingga berjalan dengan lancar.
8. Hernita Sari yang selalu memberi semangat motivasi hingga skripsi ini akhirnya terselesaikan.
9. Keluarga Besar kelas 17-SISI-Transfer yang telah berjuang bersama, berbagi ilmu, pengalaman dan banyak hal.
10. Serta terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah mendoakan dan mendukung baik selama proses penelitian hingga sidang berakhir. Semoga Allah SWT selalu dalam lindungan kita semua.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“PEMBUATAN VIDEO IKLAN OBJEK WISATA PULE PAYUNG PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku pembimbing yang dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan dan saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada :

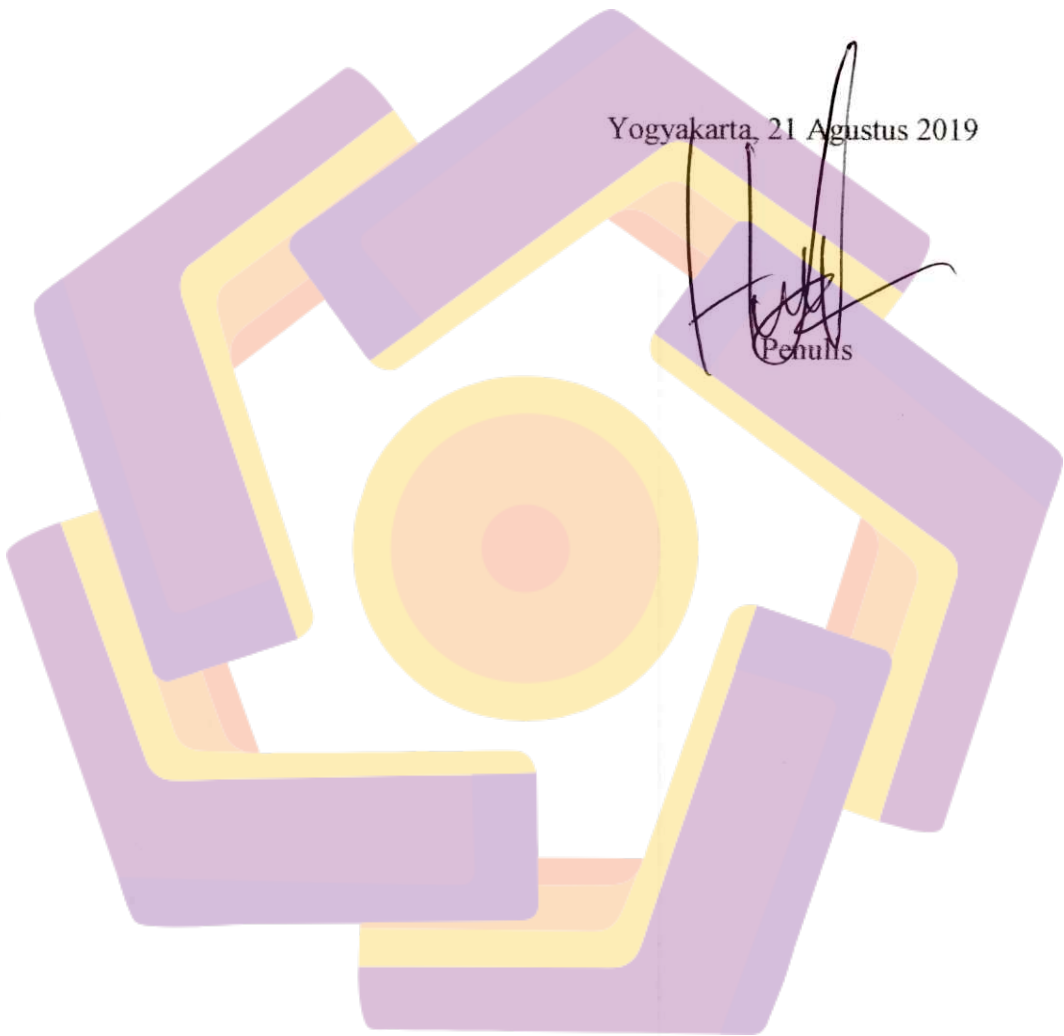
1. Bapak Prof, Dr. M.Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan yang membantu dalam menyelesaikan karya ini.
3. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Mei P Kurniawan selaku Dosen Wali Program Studi Strata I Sistem Informasi Transfer.
5. Dosen penguji, segenap dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan masukan terhadap penelitian ini.
6. Semua sahabat dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Agustus 2019

Penulis

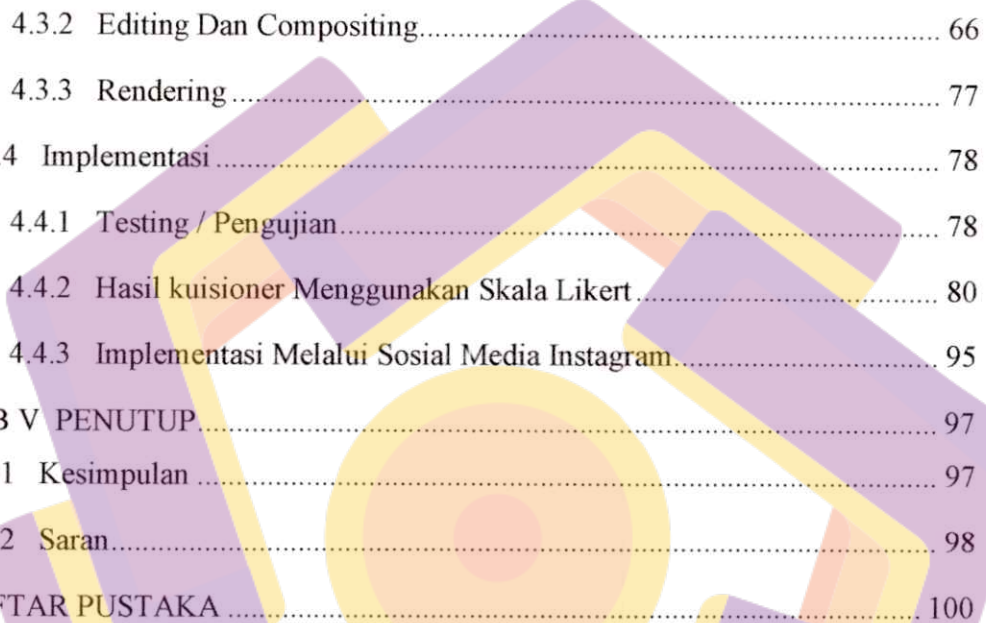


DAFTAR ISI

COVER	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABLE	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI	xvii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Bagi Objek Wisata Pule Payung	4
1.5.2 Bagi Masyarakat Umum	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Sistem Penulisan Skripsi	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Studi	7
2.1.1 Tinjauan Pustaka	7

2.2 Konsep Dasar Multimedia.....	10
2.2.1 Sejarah Multimedia.....	10
2.2.2 Pengertian Multimedia.....	11
2.2.3 Pentingnya Multimedia.....	11
2.2.4 Elemen Multimedia.....	12
2.3 Konsep Dasar Iklan.....	15
2.3.1 Pengertian Periklanan.....	15
2.2.3 Tujuan Periklanan.....	16
2.4 Tahap Dalam Pembuatan Video Iklan.....	18
2.4.1 Tahap Pra Produksi.....	18
2.4.2 Tahap Produksi.....	19
2.4.3 Tahap Pasca Produksi.....	21
2.5 Skala Likert.....	22
2.5.1 Kelebihan Skala Likert.....	22
2.5.2 Kelemahan Skala Likert.....	22
2.5.3 Tahap Penggunaan Skala Likert.....	23
2.6 Instagram.....	25
2.6.1 Pengertian Instagram.....	25
2.6.2 Media Sosial Instagram.....	26
2.6.3 Menonjol Di Instagram Dengan Konten Materi Iklan.....	28
2.6.6 Logo Instagram.....	31
2.6.7 Video Instagram.....	33
2.7 Konsep Dasar Teknik <i>Live Shoot</i>	34
2.7.1 Pengertian <i>Live Shoot</i>	34
2.7.2 Konsep Dasar Perancangan video dengan Teknik <i>Live Shoot</i>	35

2.7.3	Unsur Teknis Dalam <i>Live Shoot</i>	36
2.8	Definisi <i>Motion Graphic</i>	38
2.8.1	Sejarah <i>Motion Graphic</i>	38
2.8.2	Konsep Dasar Menggunakan <i>Motion Graphic</i>	40
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	41
3.1	Tinjauan Umum	41
3.1.1	Profil Pule Payung	41
3.1.2	Struktur Organisasi	47
3.1.3	Logo Pule Payung	47
3.2	Identifikasi Masalah	48
3.3	Analisis Sistem	48
3.3.1	Analisis <i>SWOT</i>	48
3.4	Analisis Kebutuhan Sistem	51
3.4.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	51
3.4.2	Analisis Kebutuhan Non-fungsional	51
3.5	Perancangan Sistem Multimedia	53
3.5.1	Pra Produksi Iklan	53
3.6	Penjadwalan	59
3.7	Perekrutan Kru	60
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Pembahasan	61
4.1.1	Alur Produksi	61
4.2	Tahap Produksi	62
4.2.1	Persiapan Perangkat Produksi	62
4.2.2	Sinkronasi Jadwal Produksi	63



4.2.3	Perekaman Suara.....	63
4.2.4	Proses Pengambilan Video (Shooting)	64
4.3	Pasca Produksi	65
4.3.1	Hasil Pengambilan Video Shooting	65
4.3.2	Editing Dan Compositing.....	66
4.3.3	Rendering.....	77
4.4	Implementasi	78
4.4.1	Testing / Pengujian.....	78
4.4.2	Hasil kuisioner Menggunakan Skala Likert.....	80
4.4.3	Implementasi Melalui Sosial Media Instagram.....	95
BAB V	PENUTUP.....	97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR	PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 2.2 Contoh Storyboard.....	19
Tabel 2.3 Table Persentase Nilai (Arikunto, 2002).....	25
Tabel 3.1 Tabel SWOT yang berisi Strategi.....	50
Tabel 3.2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	52
Tabel 3.3 kebutuhan Perangkat Lunak.....	53
Tabel 3.4 Storyboard.....	54
Tabel 4.1 Perlengkapan Produksi.....	62
Tabel 4.2 Hasil Pengujian.....	79
Tabel 4.3 Hasil Kuisisioner Aspek Informasi.....	81
Tabel 4.4 Hasil Kuisisioner Aspek Multimedia.....	83
Tabel 4.5 Bobot Nilai.....	84
Tabel 4.6 Presentase Nilai.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Elemen Multimedia	12
Gambar 2.2 Animasi	15
Gambar 2.3 Penetrasi Pengguna Internet	27
Gambar 2.4 Layanan Yang Paling Banyak Diakses	27
Gambar 2.5 Pemanfaatan Internet Di Bidang Gaya Hidup	28
Gambar 2.6 Logo Instagram	31
Gambar 2.7 Rasio Video Instagram	34
Gambar 3.1 Spot Angkasa	42
Gambar 3.2 Fliyingfox	42
Gambar 3.3 Spot Wolu	43
Gambar 3.4 Spot Ayunan	43
Gambar 3.5 Spot Lolipop	44
Gambar 3.6 Spot Wood Golf	44
Gambar 3.7 Spot Sepeda Langit	45
Gambar 3.8 Spot Giant Swing	46
Gambar 3.9 Diagram Struktur Pule Payung	47
Gambar 3.10 Logo Pule Payung	47
Gambar 4.1 Bagan Produksi dan Pasca Produksi	61
Gambar 4.2 Proses Pengambilan Suara	64
Gambar 4.3 Proses Pengambilan Gambar Dalam Bentuk Video	65
Gambar 4.4 File Sudah Melalui Tahap Filter	65
Gambar 4.5 Open New Project	66

Gambar 4.6 Composition Setting.....	67
Gambar 4.7 Import File.....	67
Gambar 4.8 Solid Setting.....	68
Gambar 4.9 Basic Animation.....	68
Gambar 4.10 Composition Render.....	69
Gambar 4.11 Proses Render di After Effect.....	70
Gambar 4.12 Capture Noise.....	70
Gambar 4.13 Block Semua Audio.....	71
Gambar 4.14 Menghilangkan Noise.....	71
Gambar 4.15 Open New Project.....	72
Gambar 4.16 Nama, Lokasi Penyimpanan dan Format File.....	73
Gambar 4.17 Mengimport File.....	73
Gambar 4.18 Memindahkan File Ke Sequence.....	74
Gambar 4.19 Membuat Transisi Zoom Out.....	74
Gambar 4.20 Memberi Effect Warp Stabilizer.....	75
Gambar 4.21 Memberi Lumetri Effect.....	76
Gambar 4.22 Penggabungan Scane.....	76
Gambar 4.23 Export Project.....	77
Gambar 4.24 Pemilihan Format Video Yang Digunakan.....	78
Gambar 4.25 Proses Rendering.....	78
Gambar 4.26 Surat Bukti Pengujian.....	80
Gambar 4.27 Implementasi Video Pada media sosial Instagram.....	96
Gambar 4.28 Wawasan Promosi Video Iklan Wisata Pule Payung.....	96

INTISARI

Pule payung adalah salah satu objek wisata yang baru berdiri di daerah kulonprogo. Pulepayung juga dijadikan sebagai mata pencaharian oleh para penduduk sekitar seperti membuat kerajinan, warung makan dan sektor pertanian sebagai sarana penunjang objek wisata. Pulepayung juga menyediakan fasilitas seperti spot untuk foto bagi pengunjung serta mengadakan event-event. Namun yang menjadi masalah pada objek wisata pulepayung yaitu kurangnya media promosi kepada masyarakat umum. Sehingga kurangnya pengetahuan masyarakat akan objek wisata pule payung.

Peneliti mencoba melakukan analisa permasalahan dan mencoba memberikan solusi agar media penyampaian informasi lebih optimal dengan dibuatkan sebuah video yang meliputi tentang pulepayung. Video ini menggunakan konsep multimedia teknik live shoot dan motion graphic dalam proses pembuatannya.

Video ini bertujuan untuk mempromosikan kepada masyarakat umum supaya dapat mengunjungi objek wisata pulepayung.

Kata Kunci: Promosi, Informasi, Multimedia, *Live Shot*, *Motion Graphic*, Pule Payung, Wisata



ABSTRACT

Pule payung is one of the newly established tourist attraction in kulon progo area. Pule payung is also used as a livelihood by the residents around such as making crafts, food stalls and agricultural sector as a means of supporting tourist attractions. Pulepayung also provides facilities such as spot for photos for visitors and hold events. But the problem on the tourist attraction is the lack of media pule payung socialization and promotion to the general public. So the lack of knowledge of the community will be a tourist attraction pule payung.

Researchers try to analyze problem and try to give solution for media delivery of information more optimal with made an animation video which cover about pule payung. This video uses the concept of multimedia motion graphic technique in the process of making it.

This animated video aims to socialize to the general public in order to visit the tourist attraction pule payung.

Keyword: *Promotion, Information, Multimedia, Live Shot, Motion Graphic, Pule Payung, Tour*